

速溶，挂耳，胶囊咖啡 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 速溶咖啡在未来5年的市场展望与增长前景
- 最新的产品趋势及市场活动
- 不同种类的咖啡的消费趋势和场景
- 便捷式咖啡产品的购买旅程
- 咖啡偏好和搭配兴趣以了解国内咖啡消费者

43%的受访者将冻干速溶咖啡与味道好的形象联系在一起，比例胜过传统速溶咖啡（34%）。消费者对风味的特别关注表明冻干速溶咖啡有机会满足他们不断演变的需求。

新冠疫情的爆发提升了消费者在家里饮用咖啡的需求，并让他们发现自己也可成为自己家中的咖啡师。品牌可主动帮助消费者保持自疫情以来培养的居家消费习惯，并通过创新风味和有趣的调配方法开辟新的消费场景。

虽然速溶咖啡是国内消费者开启咖啡之旅时最普遍的选择，但渗透率却被可获得性不断增长的现冲咖啡超越。值得注意的是，76%的速溶咖啡饮用者同时也饮用现冲咖啡，这说明速溶咖啡品牌可从外食咖啡的趋势汲取灵感，为消费者提供一致的饮用体验。

虽然中国的咖啡消费量在过去5年快速增长，但相较于成熟咖啡市场，中国市场尚有大量的发展空间。许多中国的城市消费者不仅在工作日有喝咖啡的习惯，在周末时也不忘饮用咖啡。咖啡不断演变的角色有助于其融入现代生活的日常，并推动其消费的增长。



“速溶咖啡是许多消费者‘第一杯咖啡’的启蒙选择，在中国咖啡消费中扮演重要角色。围绕风味和形态的产品升级可满足消费者不断演变的需求，并为该品类注入活力。品牌可主动帮助消费者保持自新冠疫情以来培养的居家消费习惯，并通过创新风味和有趣的调配方式创造新的饮用场景。同时，随着消费者对环境问题愈发关注，品牌需在推出新颖包装之余减少对环境的影响，并树立道德品牌形象。”

— 鲁睿勋，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 定义

综述

- 市场
 - 数据1: 速溶咖啡总零售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
 - 数据2: 挂耳咖啡总零售额，中国，2019-2021年
 - 数据3: 胶囊咖啡总零售额，中国，2019-2021年
- 公司与品牌
 - 数据4: 领先的速溶咖啡企业（按零售额份额区分），2019-2021年
- 消费者
 - 速溶咖啡饮用频率超越现冲咖啡与即饮咖啡
 - 数据5: 消费行为（按品类渗透率区分），2021年
 - 数据6: 消费行为（按饮用频率区分），2021年
- 线上与线下渠道同等重要
 - 数据7: 购买渠道，2021年
- 风味是便捷式咖啡消费的主要驱动力
 - 数据8: 选择因素，2021年
- 冻干速溶咖啡比传统产品更易让消费者留下美味的印象
 - 数据9: 对应分析——咖啡品类认知，2021年
- 消费者对咖啡与植物基饮料的混搭感兴趣
 - 数据10: 搭配兴趣，2021年
- 更多消费者添加鲜奶制作奶咖，而非使用预混合产品
 - 数据11: 产品偏好——部分选项，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 通过升级的品质与新颖的形态重新定义便利
- 现状
- 启示
 - 数据12: 乐纯ONESHOT冰滴速溶咖啡，中国，2021年
- 发起回收计划以传达道德品牌形象
- 现状
- 启示
 - 数据13: 咖啡新品*（按前十大包装种类区分），中国，2016-2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据14: Nespresso浓遇咖啡和三顿半的回收计划，中国，2021年

- 通过DIY体验培养消费者居家饮用习惯
- 现状
- 启示

数据15: 雀巢咖啡金牌小咖曲咖啡液的调配指南，中国，2021年

数据16: 隅田川咖啡液的DIY建议，中国，2021年

市场规模、细分与预测

- 速溶咖啡在过去两年经历加速增长
数据17: 速溶咖啡市场总零售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
数据18: 速溶咖啡市场总零售量预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
- 挂耳咖啡从新冠疫情中获益
数据19: 挂耳咖啡总零售额，中国，2019-2021年
- 胶囊咖啡预计在2021年保持强劲增长
数据20: 胶囊咖啡总零售额，中国，2019-2021年

市场因素

- 速溶咖啡是消费者开启咖啡之旅时最普遍的选择
数据21: 饮用习惯，2021年
- 可溶/即溶品类持续的产品高端化
数据22: 咖啡新品每100毫升/克的均价（按形态类型区分），中国，2018-2021年
- 中国人均消费量仍远远落后于发达市场
数据23: 人均咖啡消费量（按部分市场区分），2019年
- 资本热捧咖啡市场

市场份额

- 雀巢仍在速溶咖啡市场占据垄断地位.....
数据24: 领先的速溶咖啡企业（按零售额份额区分），2019-2021年
-而JDE Peet's正推动中国业务增长
- 本土搅局者兴起

营销活动

- 从线上到线下
数据25: 三顿半线下概念店“原力飞行”，中国，2021年
- 咖啡店扩展外卖以外的场景
数据26: 咖啡店品牌推出的速溶咖啡产品示例，中国，2021年
数据27: 咖啡店品牌推出的胶囊咖啡产品示例，中国，2021年
- 云南咖啡的突破

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据28: 三顿半、感CAFÉ和永璞推出的云南咖啡产品示例，中国，2021年

- 利用联名维持兴奋感与吸引新受众

数据29: 永璞与其他品牌的联名产品示例，中国，2020-2021年

数据30: 三顿半“Project &”，中国，2021年

新产品趋势

- 新品研发活动加速，聚焦于可溶/即溶形态
数据31: 咖啡新品*，中国，2016-2021年
数据32: 咖啡新品*（按形态类型区分），中国，2016-2021年
- 新颖咖啡形态兴起
数据33: 咖啡液产品示例，中国，2021年
数据34: 创新咖啡形态产品示例，中国，2020-2021年
- 咖啡新品广泛采用冻干技术
数据35: 采用冻干技术的便捷式咖啡新品，中国，2016-2021年
数据36: 冻干咖啡产品示例，中国，2020-2021年
- 不断上升的花果风味
数据37: 咖啡新品*（按热门风味构成元素区分），中国，2016-2021年
数据38: 花和水果风味的咖啡产品示例，中国，2020-2021年
数据39: 茶风味咖啡产品示例，中国，2020-2021年

消费行为

- 速溶咖啡在咖啡消费中占主导地位
数据40: 消费行为（按品类渗透率区分），2021年
数据41: 消费行为（按饮用频率区分），2021年
- 成熟咖啡消费者寻求多样的便捷式咖啡形态
数据42: 消费行为——品类渗透率（按年龄区分），2021年
数据43: 消费行为——品类渗透率（按个人月收入区分），2021年
- Z世代习惯在工作日早上饮用速溶咖啡
数据44: 消费行为（按饮用场景区分），2021年
数据45: 消费行为——速溶咖啡的饮用场景（按代际区分），2021年

购买渠道

- 线上与线下渠道难分高低
数据46: 购买渠道，2021年
- 不同年龄群体的购买渠道偏好存在差异
数据47: 购买渠道频度分析（按年龄区分），2021年
数据48: 购买渠道（按年龄区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

选择因素

- 咖啡消费主要受风味驱动而非专业知识
数据49: 选择因素，2021年
- 价格对小众咖啡品类而言没那么重要
数据50: 选择因素——部分选项（按饮用频率——至少每周一次区分），2021年
- 品牌联名并非吸引消费兴趣的最有效手段
数据51: 三顿半携手独立咖啡店Slab Town和Blacksheep推出合作款咖啡产品，中国，2021年

咖啡品类认知

- 冻干速溶咖啡凭借口味上的优势与传统产品区分开来
数据52: 对应分析*——咖啡品类认知，2021年
数据53: 咖啡品类认知，2021年
- 挂耳咖啡和胶囊咖啡被视为品质升级的选择
- 突出咖啡液的多用性以创造新饮用场景
数据54: 搭配兴趣频度分析——至少每周一次（按饮用频率区分），2021年
数据55: 永璞冷萃咖啡液的搭配建议，中国，2021年

搭配兴趣

- 牛奶是首选，植物基饮料紧随其后
数据56: 搭配兴趣，2021年
数据57: 搭配兴趣——植物基饮料（按区域区分），2021年
- 二线及以下城市的消费者更偏好燕麦奶
数据58: 搭配兴趣（按城市区分），2021年
数据59: 永璞 x Oatly，中国，2021年
- 通过新颖的调配方式，启发消费者探索乳饮料与植物基饮料之外的搭配选择
数据60: 搭配兴趣频度分析，2021年

产品偏好

- 消费者更偏好奶咖
数据61: 产品偏好——部分选项（按年龄与个人月收入区分），2021年
数据62: 产品偏好——部分选项（按年龄区分），2021年
- 咖啡店品牌和经典风味更获青睐
数据63: 产品偏好——部分选项，2021年
- 更多女性与富裕消费者偏好冻干产品与新颖包装
数据64: 产品偏好——部分选项（按年龄与个人月收入区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

附录——市场规模、细分与预测

数据65: 速溶咖啡的总零售额，中国，2016-2026年

数据66: 速溶咖啡的总零售量，中国，2016-2026年

数据67: 挂耳咖啡的总零售额，中国，2019-2021年

数据68: 胶囊咖啡的总零售额，中国，2019-2021年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。